



Naturland Fair Richtlinien

Naturland - Verband für ökologischen Landbau e.V.
Kleinhaderner Weg 1, 82166 Gräfelfing, Germany
Tel: +49 (0)89 / 89 80 82-0, Fax: +49 (0)89 / 89 80 82-90
Naturland@Naturland.de
www.naturland.de

05/2011 © Naturland

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	2
1 Vorwort.....	3
2 Allgemeine Regelungen für eine Naturland Fair Zertifizierung	4
2.1 Produktzertifizierung: Naturland Fair Zertifizierung von Produkten.....	4
2.2 Unternehmenszertifizierung: „Naturland Faire Partnerschaft“	4
2.2.1 Umsetzung bei Naturland Verarbeitern und Erzeugerorganisationen.....	4
2.2.2 Umsetzung bei Naturland Einzelerzeugern	4
2.3 Erzeuger bzw. Produkte aus „wirtschaftlich benachteiligten Regionen“	4
2.4 Kennzeichnung von Naturland Fair zertifizierten Produkten.....	5
3 Die Naturland Fair Richtlinien.....	6
3.1 Soziale Verantwortung	6
3.2 Verlässliche Handelsbeziehungen.....	6
3.2.1 Vorfinanzierung.....	6
3.3 Fair Erzeugerpreise	6
3.3.1 Partnerschaftliche Preisfindung	6
3.3.2 Fair Mindestpreise	6
3.3.3 Fair Prämien	7
3.4 Regionaler Rohstoffbezug.....	7
3.5 Gemeinschaftliche Qualitätssicherung.....	8
3.6 Gesellschaftliches Engagement.....	8
3.6.1 Vorrang für Kleinbauern.....	8
3.6.2 Stärkung der Erzeugerorganisation.....	8
3.7 Unternehmensstrategie und Transparenz	9

1 Vorwort

Ökologischer Anbau, soziale Verantwortung und Faire Handelsbeziehungen

Ökologischer Anbau, sozialer Umgang im Miteinander und Faire Handelsbeziehungen sind die entscheidenden drei Säulen der Nachhaltigkeit. Sie stellen eine stimmige und konsequente Einheit dar. Insbesondere in einem fairen Umfeld kann der ökologische Anbau die Lebensgrundlage und die Existenz von Bäuerinnen, Bauern und deren Familien weltweit nachhaltig sichern.

Der ganzheitliche Anspruch der Naturland Richtlinien schließt auch den sozialen Umgang mit Menschen, die auf den Betrieben leben und arbeiten, mit ein. Soziale Verantwortung ist sowohl in der Erzeugung wie auch in der Verarbeitung integrativer Bestandteil der Naturland Richtlinien und eine elementare Grundlage auch für die Fair Zertifizierung.

Hintergrund und Grundsätze der Naturland Fair Zertifizierung

Naturland fördert weltweit die ökologische Erzeugung und gesellschaftliche Anerkennung des Öko-Landbaus und leistet dadurch einen Beitrag zum Schutz der Umwelt, zur nachhaltigen Nutzung der Ressourcen, zur Ernährungssicherung und zur Verbesserung der Lebensgrundlage der Menschen. 1986 begann die internationale Arbeit in Zusammenarbeit mit der GEPA. In den folgenden Jahren wurden die Fair-Handels-Organisationen dwp und BanaFair Naturland Partner. Die sich damit stellenden Themen und Herausforderungen fanden ihren Niederschlag in vielen Bereichen der Naturland Arbeit. Die Verankerung deutlich erweiterter Sozial Standards in den Naturland Richtlinien sowie schließlich auch die Anpassung von Fair Kriterien auf die heimischen Gegebenheiten waren eine logische Konsequenz aus der Zusammenarbeit. 2006 wurden die ersten deutschen Verarbeiter mit regionalem Rohstoffbezug nach „Naturland Kriterien Faire Partnerschaften“ geprüft und für ihre faire Wirtschaftsweise ausgezeichnet. Gemeinsam mit den Fair-Handels-Organisationen arbeitete Naturland stetig an der Weiterentwicklung.

Die Ziele des Fairen Handels wurden von der internationalen Vereinigung der Dachorganisationen des Fairen Handels FINE (FLO, IFAT, NEWS! und EFTA) wie folgt definiert: „Fairer Handel ist eine Handelspartnerschaft, die auf Dialog, Transparenz und Respekt beruht und nach mehr Gerechtigkeit im internationalen Handel strebt. Durch bessere Handelsbedingungen und die Sicherung sozialer Rechte für benachteiligte ProduzentInnen und ArbeiterInnen – insbesondere in den Ländern des Südens – leistet der Faire Handel einen Beitrag zu nachhaltiger Entwicklung.“ Der Armut soll durch Handel entgegen getreten werden und Erzeugerorganisationen, die sonst von diesen Märkten ausgeschlossen wären, wird ein Marktzugang gewährt.

Die nun vorliegenden Naturland Fair Richtlinien bauen zum einen auf der Naturland Geschichte auf und stellen ein konsequentes Ergebnis eines lange gewachsenen Prozesses dar. Sie präzisieren und erweitern die „Naturland Kriterien Faire Partnerschaften“. Andererseits beruhen sie auf der Definition von FINE und den Kerngrundsätzen der Fair-Handels-Organisationen, die in der Grundsatz-Charta für den Fairen Handel (WFTO und FLO 2009) beschrieben sind.

Ziel der Naturland Fair Zertifizierung ist es, mehr Naturland Mitgliedern weltweit den Zugang zu den Wertschöpfungsmärkten und effizienteren Handelswegen zu ermöglichen, sowie die Werte Öko, Sozial, Regional und Fair weiter mit Leben zu füllen. Auf diesem Weg können und sollen sie einen Beitrag zur Verbesserung der Existenzgrundlagen und zur Sicherung landwirtschaftlicher Betriebe leisten. Bei Fairen Handelsbeziehungen geht es nicht um mildtätige Beweggründe, sondern um einen partnerschaftlichen Umgang für Veränderung und Entwicklung durch Handel. Durch ihre Transparenz leisten Faire Handelsbeziehungen einen wichtigen Beitrag dazu, Erzeuger und Verbraucher zu vernetzen und die Öffentlichkeit über die ökologische Lebensmittelwirtschaft, soziale Gerechtigkeit und die Chancen für Veränderungen zu informieren. Nur mit Unterstützung der Verbraucher können umfassendere Reformen der Handelsgepflogenheiten gelingen und unsere Lebensgrundlagen bewahrt werden.

2 Allgemeine Regelungen für eine Naturland Fair Zertifizierung

Die Naturland Fair Zertifizierung stellt eine freiwillige Zusatzqualifizierung für Naturland zertifizierte Erzeuger und Verarbeiter dar. Grundlage der Fair Zertifizierung ist in jedem Fall eine gültige Naturland Öko-Zertifizierung. Die in den jeweiligen Naturland Richtlinien festgelegten Allgemeinen Regelungen (Teil A. bzw. Teil C.) gelten sinngemäß auch für die Fair Zertifizierung.

Die Bezeichnung „Naturland Fair Zertifizierung“ wird als Überbegriff sowohl für die Zertifizierung ganzer Unternehmen als auch für die Zertifizierung einzelner Naturland Produkte im Rahmen einer Fairen Handelsbeziehung verwendet. Das Naturland Fair Zeichen kennzeichnet in beiden Fällen die Produkte. Die Zusatzbezeichnung „Naturland Faire Partnerschaft“ ist ausschließlich Naturland Erzeugern und Verarbeitern vorbehalten, die als gesamtes Unternehmen zertifiziert sind.

2.1 Produktzertifizierung: Naturland Fair Zertifizierung von Produkten

Unternehmen wird für eine Entwicklung in Richtung Unternehmenszertifizierung die Naturland Fair Zertifizierung einzelner Produkte angeboten. Ein Produkt kann Naturland Fair zertifiziert werden, sobald der Anteil der Rohstoffe aus fairen Handelsbeziehungen über 50% (Trockengewicht) im Produkt beträgt und die übrigen Rohstoffe nachweislich nach der Naturland Fair Prioritätenliste nicht in Fair Qualität verfügbar sind. Die Produkte können mit dem Naturland Fair Zeichen ausgelobt werden.

Ziel ist die Herstellung aus 100% Naturland Fair zertifizierten Rohstoffen.

Unternehmen, die nur einzelne Produkte Naturland Fair zertifizieren, dürfen in ihrer Außendarstellung nicht auf „Naturland Faire Partnerschaft“ hinweisen.

2.2 Unternehmenszertifizierung: „Naturland Faire Partnerschaft“

Die Naturland Öko-Richtlinien setzen generell das Prinzip der Gesamtbetriebsumstellung um. Ziel ist deshalb, auch im Falle einer Fair Zertifizierung das gesamte Unternehmen umzustellen.

Ein Unternehmen, welches die Unternehmenszertifizierung „Naturland Faire Partnerschaft“ hat, ist ein Naturland Fair Partner. Diese Verarbeiter und Erzeuger können zusätzlich zum Naturland Fair Zeichen in ihrer Außendarstellung auf die Zertifizierung „Naturland Faire Partnerschaft“ hinweisen.

2.2.1 Umsetzung bei Naturland Verarbeitern und Erzeugerorganisationen

Voraussetzung für eine Unternehmenszertifizierung „Naturland Faire Partnerschaften“ von Verarbeitern oder Erzeugerorganisationen¹ ist, dass ein Anteil von mindestens 70% der Produkte, welche den Hauptumsatz des Unternehmens ausmachen (umsatzstarke Produkte), im Sortiment nach den Naturland Fair Richtlinien erzeugt, verarbeitet bzw. gehandelt wird und für den restlichen Anteil der Produkte der Nachweis erbracht werden kann, dass dieser nach der Naturland Fair Prioritätenliste nicht in Fair Qualität verfügbar ist.

2.2.2 Umsetzung bei Naturland Einzelerzeugern

Auf Wunsch können auch Einzelerzeuger eine Unternehmenszertifizierung bekommen (z.B. für Direktvermarktung).

Einzelerzeuger (z.B. Familienbetriebe), die an Fair Unternehmen liefern, brauchen keine zusätzliche Fair Zertifizierung, werden jedoch über den Inhalt der Naturland Fair Richtlinien und das Ziel der Naturland Fairen Partnerschaften informiert.

2.3 Erzeuger bzw. Produkte aus „wirtschaftlich benachteiligten Regionen“

Einige Richtlinienunterpunkte gelten nur für Erzeuger bzw. Produkte aus Afrika, Asien, Lateinamerika und anderen wirtschaftlich benachteiligten Regionen der Welt. Diese werden hier verkürzt

¹ Erzeugerorganisationen sind 1. Erzeugergemeinschaften (Genossenschaften, Kooperativen, etc.), welche die Produkte ihrer Mitglieder gemeinschaftlich vermarkten; 2. Firmen mit Erzeugern im Vertragsanbau (z.B. Kleinbauern) und 3. landwirtschaftliche Betriebe, Plantagen, o.ä. mit Beschäftigten

2. Allgemeine Regelungen für eine Naturland Fair Zertifizierung

„Wirtschaftlich benachteiligte Regionen“ genannt. Die Internationale Organisation für Wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) unterhält eine Länderliste (DAC List of ODA Recipients), die festlegt, für welche Länder Zahlungen als öffentliche Entwicklungshilfe anerkannt sind. Naturland orientiert sich an dieser Länderliste, jedoch kann in besonderen Fällen und auf Antrag bei benachteiligten Erzeugern aus anderen Ländern ebenfalls die Umsetzung dieser Richtlinien möglich sein.

Alle anderen Länder werden hier OECD-Mitgliedstaaten genannt. Es sind Länder, die ein hohes Pro-Kopf-Einkommen haben.

2.4 Kennzeichnung von Naturland Fair zertifizierten Produkten

Der Anteil der Zutaten am Endprodukt aus einer Naturland Fair Handelsbeziehung muss aufgeführt werden. Naturland Fair Zutaten auf der Zutatenliste werden einzeln markiert und ihr Gesamtanteil in Prozent angegeben.

Die Nutzung des Naturland Fair Zeichens ist im Rahmen einer zu treffenden Lizenzvereinbarung mit der Naturland Zeichen GmbH geregelt.

Zu verwenden ist dabei ausschließlich ein von der Naturland Zeichen GmbH autorisiertes „Naturland Fair“ Zeichen.

3 Die Naturland Fair Richtlinien

3.1 Soziale Verantwortung

Die Naturland Richtlinien schließen den sozialen Umgang mit Menschen, die auf den Betrieben leben und arbeiten, mit ein.

Die Naturland Fair Zertifizierung von Erzeugern und Verarbeitern setzt voraus, dass diese und auch ihre Lohnverarbeiter die Naturland Richtlinien zur sozialen Verantwortung einhalten (siehe Naturland Erzeuger Richtlinien Teil A./III. und Naturland Verarbeiter Richtlinien Teil C./IV.).

3.2 Verlässliche Handelsbeziehungen

Handelsbeziehungen mit dem Ziel einer langfristigen partnerschaftlichen Zusammenarbeit auf der Basis von Dialog, Transparenz und Respekt tragen dazu bei, Erzeugern und Verarbeitern über einen größeren Zeitraum mehr Planbarkeit, Sicherheit und Stabilität zu gewährleisten.

Eine verlässliche und langfristige Handelsbeziehung ist anzustreben; sie umfasst neben regelmäßigem Austausch und gegenseitiger Information auch eine gemeinsame Jahres- und Mengenplanung.

3.2.1 Vorfinanzierung

Eine Vorfinanzierung für die Ernten ist Erzeugern in „**wirtschaftlich benachteiligten Regionen**“, welche besonders finanzschwach bzw. ohne Zugang zu akzeptablen Bankkrediten sind, zu gewähren; bei Vorliegen der genannten Voraussetzungen sind bis zu 60% des Bestellvolumens auf Antrag einzuräumen. Die Zinssätze für die Vorfinanzierung dürfen nicht höher sein, als diejenigen für die Refinanzierung der Kredite des Verarbeiters oder Importeurs. Der Zahlungszeitraum wird schriftlich festgelegt.

Eine Vorfinanzierung kann abgelehnt werden, wenn ein erhöhtes Risiko besteht, dass Erzeugerorganisationen die Rückzahlung der Vorfinanzierungskredite nicht einhalten können oder nicht im Stande sind, die vereinbarten Mengen zu liefern. Das erhöhte Risiko ist von dem Unternehmen, das die Vorfinanzierung zu leisten hätte, bei Naturland anzuzeigen und zu begründen.

3.3 Fair Erzeugerpreise

Die Preise für die landwirtschaftlichen Erzeugnisse/Rohstoffe haben auch die Erhaltung der Existenzgrundlage der Erzeuger im Blick und sind daher nicht auf den jeweils günstigsten Anbieter ausgerichtet. Der Preis berücksichtigt neben der Abdeckung der in der Region üblichen durchschnittlichen Produktionskosten auch einen angemessenen Gewinn (Aufschlag) für entsprechende Zukunftsinvestitionen.

Das Unternehmen darf eine Vereinbarung zur Zahlung eines Fairen Preises nicht dafür verwenden, die Preiskonditionen bei anderen vertraglichen Vereinbarungen zu drücken oder sie anderweitig zu verrechnen.

3.3.1 Partnerschaftliche Preisfindung

Faire Erzeugerpreise werden von Erzeugern und Unternehmen durch partnerschaftlich ausgehandelte Mindestpreise oder durch fixe Zuschläge erreicht. Als Richtwert orientieren sich die Käufer beim Einkauf in „**OECD Mitgliedsstaaten**“ (siehe 2.3) mindestens an einem gleitenden 3 Jahresschnitt im oberen Drittel der marktüblichen Durchschnittspreise.

3.3.2 Fair Mindestpreise

Existiert für Produkte aus „**wirtschaftlich benachteiligten Regionen**“ ein Mindestpreis der FLO-International e.V. in Bonn (kurz FLO genannt), garantieren Unternehmen mit Naturland Fair zertifizierten Produkten mindestens diesen den Erzeugern. Sobald der Marktpreis höher ist als der FLO-Mindestpreis, ist der Marktpreis der relevante Referenzpreis.

Gibt es keinen FLO-Mindestpreis oder ist dieser nachweislich nicht ausreichend, bilden die in der Region üblichen durchschnittlichen Produktionskosten, und ein angemessener Gewinn (Aufschlag) von mindestens 10% zur Deckung des zukünftigen Investitionsbedarfs, die Grundlage der Preisfindung.

3.3.3 Fair Prämien

Unternehmen mit Naturland Fair zertifizierten Produkten entrichten im Rahmen einer Fairen Handelsbeziehung eine Fair Prämie an die Erzeugerorganisation für Produkte aus „**wirtschaftlich benachteiligten Regionen**“. Diese wird ausschließlich für die Finanzierung von Sozial-, Bildungs-, Gesundheits- und Umweltprojekten (z.B. Dorfentwicklungsprojekten) oder als zusätzliche Einnahme für Kleinbauern verwendet. Siehe auch Nr. 3.6.

Die Erzeugerorganisation nutzt die Naturland Fair Prämie zur Verbesserung ihrer sozialen und wirtschaftlichen Bedingungen. Dabei haben die am meisten benachteiligten Mitglieder der Organisation erste Priorität.

Gibt es für Produkte einen von FLO festgelegten Mindestsatz für die Fair Prämie, so zahlen Unternehmen mit Naturland Fair zertifizierten Produkten mindestens diesen an die Erzeugerorganisation. Existiert dieser nicht, werden als Richtsatz mindestens 10% des EXW-Preises² als Fair Prämie gezahlt.

Die Verwendung wird gemeinschaftlich von den Erzeugern entschieden, auch bei Plantagen sind die Arbeiter/Angestellten in die Entscheidung über die Verwendung einbezogen.

Das Entscheidungsgremium verfasst einen jährlichen Bericht mit einem Verwendungsnachweis über alle Aktivitäten und Projekte, die durch den Fair Prämien Fonds finanziert wurden und macht diesen den Mitgliedern ihrer Organisation und auf Anfrage den Handelspartnern bekannt.

Für die unterschiedlichen Organisationsformen gelten unterschiedliche Regeln für die Auszahlung der Prämie.

- Kleinbauernorganisationen: Zahlung direkt an die Organisation.
- Betriebe mit Angestellten: Zahlung auf ein spezielles Konto für die Arbeiter/Angestellten.
- Erzeuger im Vertragsanbau: Zahlung auf ein gesondertes Konto, für das eine fördernde Organisation (NRO) oder ein Vertreter zuständig ist.

3.4 Regionaler Rohstoffbezug

Funktionierende Faire Handelsbeziehungen setzen auf gewachsene bzw. sich entwickelnde Strukturen vor Ort anstelle globaler Austauschbarkeit. Lokale Produktion zur Ernährung der Bevölkerung und eine regionale Vermarktung haben Vorrang.

Beim Zukauf von Waren und Betriebsmitteln (Futtermittel, Saatgut, Waren für Direktvermarktung usw.) werden sowohl vom Erzeuger als auch vom Verarbeiter regionale Bezugsquellen bevorzugt.

Mindestens 80% der landwirtschaftlichen Erzeugnisse, die ein Verarbeiter zukaft, kommen aus regionaler Erzeugung, soweit sie den Mengen- und Qualitätsansprüchen entsprechen und regional bzw. saisonal verfügbar sind.

Wenn der Bezug von Rohware aus „wirtschaftlich benachteiligten Regionen“ nötig ist und/oder der Förderung von Erzeugern nach den anerkannten Fair Grundsätzen dient, kann diesem Aspekt gegenüber der Regionalität Vorrang gewährt werden.

² EXW: Kostenkalkulation ab Werk (engl.: EX Works), beinhaltet keine Kosten für Transport, Verzollung oder Besteuerung; hier Berechnungsgrundlage für die Fair Prämie.

3.5 Gemeinschaftliche Qualitätssicherung

Nur durch intensiven Austausch und vertrauensvolle Zusammenarbeit ist eine optimale Qualitätssicherung zu beiderseitigem Nutzen zu erreichen.

Maßnahmen zur Qualitätssicherung werden zwischen Abnehmer und Erzeuger(n) der landwirtschaftlichen Erzeugnisse partnerschaftlich aufeinander abgestimmt. Die gemeinschaftliche Qualitätssicherung ist ein wichtiger Beitrag zur kontinuierlichen Verbesserung der Produktqualität. Es besteht eine offene gegenseitige Kommunikation und ein gemeinsam abgestimmtes Vorgehen für den Fall eines Qualitäts- und Lieferproblems.

3.6 Gesellschaftliches Engagement

Faire Handelsbeziehungen sind global und regional auf ein funktionierendes Sozialwesen und ein lebendiges Miteinander angewiesen.

Unternehmen mit Naturland Fair zertifizierten Produkten zeigen ein überdurchschnittliches gesellschaftliches Engagement und/oder fördern Projekte. Sie engagieren sich z.B. im praktischen Umweltschutz, bei gemeinnützigen Vereinen und/oder unterstützen Umwelt-, Gesundheits- oder Bildungsprojekte, soziale Projekte oder kulturelle Initiativen und/oder fördern bzw. unterstützen bäuerliche Landwirtschaft.

Sie schaffen nach Möglichkeit Arbeitsplätze und Ausbildungsplätze, die bei Bedarf auch über die gesetzlichen Anforderungen hinausgehen (z.B. für Menschen mit Behinderung oder in Lebenskrisen).

Auch die im Unternehmen ggf. vorhandene Gemeinschaftsverpflegung (z.B. Cafeteria, Kantine) ist eine geeignete Möglichkeit, gesellschaftliches Engagement durch eine zunehmende Verwendung bzw. ein wachsendes Angebot von Öko+Fairen Produkten zu zeigen.

Ferner wird die Vermarktung mit Bildungsarbeit oder auch mit Kampagnenarbeit verknüpft, um Verbraucher über die Hintergründe und Zusammenhänge der Fairen Partnerschaften zu informieren.

3.6.1 Vorrang für Kleinbauern

Die Existenzsicherung von bäuerlichen Strukturen ist weltweit eine wichtige Aufgabe. Für „**wirtschaftlich benachteiligte Regionen**“ der Welt, in denen die Landwirtschaft mit einer großen Anzahl Kleinbauern den wichtigsten Sektor darstellt, ist ein starker Fokus auf diese geboten, um Armut zu reduzieren, die Ernährung zu sichern und Produktivität zu steigern.

Unternehmen mit Naturland Fair Produkten berücksichtigen und bevorzugen beim Einkauf von Rohstoffen aus „wirtschaftlich benachteiligten Regionen“ Waren von Kleinbauernorganisationen.

Unternehmen mit Naturland Fair zertifizierten Produkten setzen sich dafür ein, politische und wirtschaftliche Hürden abzubauen, die der Entwicklung der Kleinbauern im Wege stehen. Sie unterstützen die Erzeugerorganisationen durch Bildungs- bzw. Informationsarbeit und vertreten deren Interessen in der Öffentlichkeit („Advocacy“).

3.6.2 Stärkung der Erzeugerorganisation

Erzeuger und Beschäftigte, die an Naturland Fair Unternehmen liefern bzw. für diese arbeiten, werden über den Inhalt der Naturland Fair Richtlinien und das Ziel der Naturland Fair Zertifizierung informiert. Unternehmen mit Naturland Fair zertifizierten Produkten unterstützen die Erzeugerorganisationen aus „**wirtschaftlich benachteiligten Regionen**“ bei Maßnahmen zum Aufbau von Fähigkeiten und bei der Stärkung ihrer Mitglieder durch Weiterbildung, Personal- und Organisationsentwicklung durch („Capacity Building“) und entwickeln Strategien bzw. Maßnahmen, die den Menschen im Wirkungsbereich der Erzeugerorganisation dabei helfen, ein selbstbestimmtes und unabhängiges Leben zu führen („Empowerment“).

Dadurch werden die Organisationen und ihre Mitglieder in die Lage versetzt, ihre Belange zu vertreten und zu gestalten („Advocacy“).

3.7 Unternehmensstrategie und Transparenz

Unternehmen mit Naturland Fair zertifizierten Produkten legen schriftlich fest, wie die Naturland Fair Richtlinien umgesetzt werden sollen. In diesem Dokument (z.B. in Form eines Grundsatzes oder einer Leitlinie) sind auch die Belange der Mitglieder, Erzeuger und/oder Beschäftigten beinhaltet und es wird diesen bekannt gemacht. Auf Anfrage soll das Dokument auch den Handelspartnern ausgehändigt werden.

Das Unternehmen hat eine angemessene Mitbestimmungspolitik um Beschäftigte, Mitglieder und Erzeuger in Entscheidungsprozesse einzubinden.

Transparenz ist für Naturland Fair Handelsbeziehungen unbedingte Voraussetzung. Dies trifft insbesondere auf Preisbildung, Herkunft der Rohstoffe und Abläufe zu. Die Offenheit der Unternehmen schließt Firmenbeteiligungen und die Bereitstellung von Firmenorganigrammen mit ein.